

Электронная филологическая библиотека [Электрон. ресурс]. – Режим доступа: http://zhurnal.lib.ru/w/wagapow_a_s/rais-classif.shtml (дата обращения: 08.01.2012).

Homer B.D. Making Implicit Explicit: the Role of Learning / Bruce D. Homer, Jason T. Ramsey // Behavioral and Brain Sciences. – 1999. – № 22 (5). – Pp. 770.

Los Angeles Times [Electronic resource]. – Mode of access: <http://articles.latimes.com/2011/dec/26/entertainment/la-et-salty-shakespeare-20111226> (дата обращения: 12.01.2012).

ОТРАЖЕНИЕ НАЦИОНАЛЬНЫХ ОСОБЕННОСТЕЙ АНГЛОЯЗЫЧНОГО, ГЕРМАНСКОГО, РОМАНСКОГО И СЛАВЯНСКОГО КЛАСТЕРОВ В ПОСЛОВИЦАХ И ПОГОВОРКАХ

А.А. Платонова

*Научный руководитель: Ж.А. Храмушина,
кандидат педагогических наук, доцент (УрФУ)*

С точки зрения межкультурной коммуникации, культура – это образ жизни того или иного народа и особенности его мировоззрения, которые обусловлены целым рядом факторов: географией, климатом, природными условиями, историей, социальным устройством, верованиями, традициями и т.п. [Brake, Walker, Walker 1994: 41]. Отсюда следует, что представители разных национальностей по-разному воспринимают окружающую действительность и по-разному мыслят, т.е. смотрят на мир через призму господствующих в ней ценностей и идеалов.

Разработанная в середине XX века культурно-кластерная теория ставит перед собой цель изучить специфические черты того или иного народа и вследствие этого повысить эффективность международного общения. Основной ее тезис звучит так: культуры – это кластеры тесно взаимосвязанных ценностей [Brake, Walker, Walker 1994: 80]. Значит, можно утверждать, что существуют группы стран, культуры которых имеют много точек соприкосновения: менталитет таких народов является схожим. Иными словами, государства, входящие в один кластер, имеют больше общих черт, чем государства, входящие в другой кластер. И тем не менее важно подчеркнуть, что «мир нельзя разделить на аккуратные культурные упаковки, на которые можно наклеить этикетку, сортировать и изучать без особых затруднений» [Brake, Walker, Walker 1994: 73]. Так или иначе, даже страны, входящие в один кластер, могут иметь определенные различия со своими «собратьями» и одновременно проявлять сходства со странами, входящими в другой кластер.

В данной работе была сделана попытка исследовать фразеологические выражения, заключающие в себе «народную мудрость» (поговорки и пословицы), и с помощью данного языкового материала

выявить отношение представителей Англоязычного, Германского, Романского и Славянского кластеров к определенным культурным ценностям. Кроме того, мы постарались выявить как общие черты, присущие этим народам, так и различия в их взглядах на мир.

В своей работе мы придерживались классификации культурных кластеров, предложенной учеными Дэниелсом и Радебой [Daniels, Radeba 1997: 5], которые выделили следующие группы стран: 1) скандинавский кластер: Финляндия, Норвегия, Швеция, Дания; 2) германский кластер: Германия, Австрия, Швейцария; 3) англоязычный кластер: США, Великобритания, Австралия, Южная Африка, Канада, Новая Зеландия, Ирландия; 4) романский кластер: Франция, Италия, Испания, Португалия, Бельгия; 5) латиноамериканский кластер: Аргентина, Венесуэла, Мексика, Чили, Колумбия, Перу; 6) дальневосточный кластер: Таиланд, Индонезия, Тайвань, Филиппины, Сингапур, Гонконг, Вьетнам; 7) арабский кластер: Бахрейн, Абу-Даби, Кувейт, ОАЭ, Оман, Саудовская Аравия; 8) ближневосточный кластер: Турция, Греция, Иран. Стоит отметить, что выделяются также некластерные страны, которые характеризуются высокой степенью самобытности: Бразилия, Япония, Индия, Израиль. Необходимо обратить внимание на то, что представители славянских культур в целом и Россия в частности не были изучены западными учеными. Однако мы считаем, что выделение Славянского кластера в рамках данного исследования является целесообразным, т.к. у представителей этой группы народов много общего.

Для того чтобы выявить, как национальные особенности отражаются в языке, мы проанализировали и сравнили фразеологические выражения, используемые представителями четырех культурных кластеров, – Германским (Германия), Англоязычным (США и Великобритания), Романским (Испания) и Славянским (Россия).

Мы считаем, что выбор языкового материала вполне обоснован, т.к. пословицы и поговорки являются истинным воплощением народной мудрости, которая накапливалась поколениями: они были придуманы в разные времена, при разных обстоятельствах. Именно поэтому эти фразеологические выражения наиболее четко отражают особенности мировоззрения, ценности и жизненные принципы представителей той или иной культуры.

Мы также полагаем, что народная мудрость поможет понять, чем похожи и чем отличаются представители разных национальностей.

Стоит отметить, что анализ языкового материала проводился по операциональным параметрам для описания влияния культуры на человеческую деятельность, выделенным Э. Холлом, Г. Хофстедом и Ч. Хампен-Гернером.

Сопоставив отношение представителей рассматриваемых культурных

кластеров к различным культурным аспектам, мы сделали следующие выводы:

1) В то, что окружающий мир можно контролировать и подстраивать его под себя, больше всего верят представители Славянского и Англоязычного кластеров. Чувство ответственности наиболее развито у русских, американцев, англичан и немцев, однако у испанцев оно тоже очень сильно. Негативнее всего к чрезмерной ответственности относятся представители англоязычного кластера, немцы же практически не осуждают тотального контроля. Русские и испанцы занимают в этом случае «золотую середину». Они не горят особым желанием брать на себя очень важную работу, но и пристально следить за тем, как другие выполняют какое-либо ответственное задание, тоже не спешат. И все же в глубине души представители Романского и Славянского кластеров понимают, что в некоторых случаях строгий надзор и всевозможные проверки необходимы («Ты доверяй, но проверяй!»).

2) Рассматривая операциональный параметр «окружающая среда», мы столкнулись с некой противоречивостью во взглядах, присущей представителям всех исследуемых нами кластеров: с одной стороны, русские, англичане, американцы, немцы и испанцы считают, что мир можно изменять согласно человеческим нуждам. С другой – они верят в то, что существуют высшие силы, оказывать влияние на которые человек не в состоянии, т.е. такие понятия, как «судьба» и «удача», далеко не чужды представителям этих национальностей. Большого всего в фортуны верят представители Англоязычного и Романского кластеров («There is no flying from fate»). Важно подчеркнуть, что представители всех рассматриваемых национальностей принимают идею о том, что окружающий мир не всегда можно контролировать, и, несмотря на это, им свойственен оптимизм в интерпретации происходящих с ними событий. Вера в лучшее больше всего присуща представителям Англоязычного и Славянского кластеров: люди стараются найти позитивный аспект даже в самой мрачной ситуации («Every cloud has a silver lining», «Все, что ни делается, – все к лучшему»). Таким образом, представители всех изучаемых нами кластеров считают, что многое в этой жизни зависит от самого человека и можно добиться желаемого, прилагая необходимые усилия, но знают, что полностью подчинить себе окружающую действительность невозможно, и не противятся этой мысли. Кроме того, «выходцы» из изучаемых культур согласны с тем, что нужно жить в гармонии с окружающим миром, однако эта идея не особо популярна.

3) Представители всех рассматриваемых кластеров очень дорожат временем («Time is money»). Но, тогда как немцы, англичане и американцы считают, что необходима концентрация на одной задаче, а планы и расписания должны четко соблюдаться, испанцы и русские

делают акцент на одновременном выполнении нескольких задач и на то, что сроки всегда можно подкорректировать, причем полихронизм в большей степени присущ испанцам, а тенденция откладывать все на последний момент – русским («Русские долго запрягают, да быстро скачут»). Необходимо также отметить, что для представителей всех рассматриваемых кластеров характерна ориентация на цели и потребности настоящего времени («Одно нынче лучше двух завтра»). Эти народы не склонны строить планы на далекое будущее и вспоминают о прошлом только в том случае, если извлекли из него какой-либо урок, причем делать выводы из прошлого наиболее типично для русских, а американцы и англичане всегда готовы дать второй шанс.

4) Из всех рассматриваемых нами культур наиболее активными являются представители Англоязычного кластера. Им присущи такие черты, как трудолюбие (в его высшей мере) и упорство в достижении целей. Постоянно борясь за улучшение качества жизни, они предпочитают действовать, а не ждать у моря погоды («To stand still is to move back»). Кроме того, англичане и американцы больше других продвигают идею о необходимости работы над собой, ведь для того, чтобы чего-то добиться, нужно воспитать в себе определенные качества. Вторыми по активности являются немцы и испанцы. Следует также отметить, что представители Германского, Англоязычного и Романского кластеров крайне отрицательно относятся к бездействию. Что касается русских, то они тоже считают, что трудиться необходимо («Делу – время, а потехе – час»), однако дело до этого доходит не всегда. С одной стороны, представители Славянского кластера осуждают лень и пассивность, с другой – постоянно находят оправдания своему поведению и часто надеются «на авось».

5) Сдержанность в манере общения больше всего характерна для представителей Славянского кластера. Русские считают, что каждую реплику нужно обдумать прежде, чем произносить, ведь слово – не воробей. В то же время они подчеркивают, что в некоторых случаях разговаривать необходимо и даже полезно («язык до Киева доведет»), а общение с близкими друзьями было бы неполным без разговора «по душам». Идея сдержанности речи также близка англичанам и американцам, в меньшей степени – немцам и лишь в некоторых случаях понятна испанцам. Необходимо отметить, что умение молчать, когда нечего сказать, у представителей всех рассматриваемых кластеров является признаком ума, а англичане, американцы, испанцы и немцы высоко ценят еще и умение слушать.

6) Для русских, немцев и испанцев важны различия уровней власти индивидуумов и групп. Социальное положение также играет огромную роль и во многом определяет систему отношений в обществе. Идею равенства пропагандируют только представители Англоязычного кластера

(«All men are created equal»), при этом понимая, что в современном обществе делить власть, деньги и статус поровну невозможно.

7) Наиболее яркими индивидуалистами являются представители Англоязычного кластера, за ними следуют немцы и испанцы. Русские же ценят коллектив, могут подчинять индивидуальные интересы групповым («Дружно – не грузно, а врозь хоть брось»).

8) Следствием ярко выраженного индивидуализма у представителей Англоязычного кластера является острая конкуренция – американцы и англичане стремятся быть первыми везде и во всем («Life is a battle»). Направленность на достижения и материальный успех также присуща немцам и в еще меньшей степени русским и испанцам. Однако, несмотря на явное преобладание духа соперничества над духом сотрудничества во всех этих культурах, их представители положительно относятся к совместному ведению дел и даже готовы идти на компромисс.

9) Представители всех рассматриваемых кластеров поддерживают разнообразие и свободу взглядов, вкусов и поведения. Они терпимы по отношению к непохожим на них людям, считая, что каждый видит мир по-своему («На вкус и цвет товарища нет»). Кроме того, внимание акцентируется на умении приспосабливаться к различным ситуациям и позитивно воспринимать все происходящее. Перемены считаются чем-то неизбежным, а потому получают положительную оценку.

Итак, проанализировав фразеологические выражения, употребляемые представителями разных культурных кластеров, мы пришли к выводу о том, что национальные особенности оказывают существенное влияние на мировосприятие и поведение людей, что находит непосредственное отражение в языке. А значит, такие «особенности проявления культуры» необходимо учитывать при общении с иностранцами. Это поможет превратить общение представителей разных национальностей из «конфликта культур» в продуктивный диалог.

Список литературы

Льюис Р.Д. Деловые культуры в международном бизнесе / Р.Д. Льюис. – М. : Дело, 1999. – 440 с.

Тер-Минасова С.Г. Война и мир языков и культур / С.Г. Тер-Минасова. – М. : Слово, 2005. – 389 с.

Тер-Минасова С.Г. Язык и межкультурная коммуникация / С.Г. Тер-Минасова. – М. : Слово, 2005. – 550 с.

Brake T. Doing Business Internationally. The Guide to Cross-Cultural Success / T. Brake, D.M. Walker, T. Walker. – Chicago : Irwin Professional Publishing, 1994. – 225 pp.

Daniels J.D. International Business: Environments and Operations / John D. Daniels, Lee H. Radeba. – 8th edition. – Boston : Adison-Wesley Pub Co, 1997. – 984 pp.

Hall E.T. Silent language / Edward T. Hall. – New York : Doubledays Books, 1990. –

209 pp.

Hofstede G. Culture's Consequences, Comparing Values, Behaviors, Institutions, and Organizations Across Nations / G. Hofstede. – Thousand Oaks CA : Sage Publications, 2001. – 616 pp.

Trompenaars F. Riding the Waves of Culture: Understanding Diversity in Global Business / Fons Trompenaars. – Burr Ridge, IL : Irwin Professional Publishing, 1994. – 215 pp.

К ВОПРОСУ О СОВРЕМЕННЫХ ДЕФИНИЦИЯХ МЕЖДОМЕТИЯ

Н.И. Горбушина

*Научный руководитель: Н.М. Платоненко,
кандидат филологических наук, доцент (УдГУ)*

Языковыми единицами, функция которых заключается в непосредственном выражении эмоций, являются междометия. В последние десятилетия интерес к проблеме междометий возрос, но до сих пор междометия являются одним из наименее изученных вопросов лингвистики, который нуждается в глубоком исследовании. Следует отметить, что в языкознании наблюдается противоречивое толкование междометий.

В настоящей статье мы обращаемся к одному из важных вопросов, связанных с междометием, – к его дефиниции, т.к. вопрос о дефиниции любого языкового явления дает ясные представления об изучаемом объекте.

Предлагается следующий алгоритм исследования:

- систематизация многочисленных дефиниций междометия;
- их сравнение; выявление общих характеристик указанной части речи;
- составление на фоне анализируемых дефиниций определения междометия.

Изучая большое количество дефиниций междометия, мы отметили, что лингвисты в основном выделяют следующие их характеристики: морфологическую, синтаксическую, эмоциональную и прагматическую. Однако в различных дефинициях предлагаются разные сочетания указанных характеристик:

- морфологическая и эмоциональная;
- морфологическая, эмоциональная и прагматическая;
- синтаксическая, эмоциональная и прагматическая;
- морфологическая, синтаксическая, эмоциональная и прагматическая.

Рассмотрим первую группу дефиниций междометия: